



10

# Raisons

de mettre en place  
sa communauté  
d'Etudes

[www.edeninsight.fr](http://www.edeninsight.fr)

*eden*  
Insight



## » Pourquoi une communauté d'Etudes... ?

Internet a bouleversé le rapport des consommateurs avec les marques en donnant à ces derniers une **part de voix considérable**. Ils sont rarement dupes des **stratégies de communication aseptisées**, qu'ils **décodent** avec agilité, repérant ça et là **contradictions** ou **ratés**. Et dans le même temps, avec une force incroyable et des mots justes, il peuvent **défendre un produit** qu'ils aiment avec un **niveau d'engagement** jusqu'ici jamais vu !

Pouvons nous continuer à ne s'adresser à eux qu'au travers de **questionnaires anonymisés** ou de **réunions de groupes aux objectifs déjà définis** ?

Vous connaissez déjà la réponse ! Alors... êtes-vous prêts à engager ensemble le dialogue et collaborer avec vos consommateurs ?



«**30 à 300** personnes, **choisies** et **engagées**, rassemblées sur une **plateforme digitale** sécurisée et **fermée**, **animées dans la durée** par un **Community Manager** avec une **promesse** et au service d'une **thématique**, d'une **marque**.»

Avec les **communautés online**, nous rapprochons les directions

marketing en quête d'insight de leurs clients, avec un nouveau

tempo, adapté aux réalités des marchés d'aujourd'hui.



1.

Pour des réponses  
à des **questions** que  
vous ne vous êtes  
**pas posées.**

Plus souple qu'un dispositif  
d'études traditionnel, la Commu-  
nauté d'Etudes laisse une liberté  
de parole totale à ses membres. De  
cette confiance et ces échanges  
ressortent très souvent des  
"pépites" pour l'entreprise.

«Savez-vous qu'en plus  
de répondre à vos obj-  
ectifs de départ, vous  
trouverez peut-être  
l'idée de votre prochain  
projet?»

2.

Pour traiter une  
**problématique** dans  
la **durée**.

La communauté d'Etudes permet de capter LA réaction spontanée, au bon moment, et mesurer son évolution dans le temps, au fil de l'expérience vécue par vos clients.

«Parce qu'il n'y a que les imbéciles qui ne changent pas d'avis !»

3.

Pour profiter d'un  
**engagement** sans  
pareil des **participants**.

Être considéré comme un ambas-  
sadeur (et non plus un simple  
répondant !) et se retrouver entre  
pairs au sein d'une communauté  
d'Etudes décuple la participation  
de chaque membre : ils se sentent  
investis d'une mission importante !

«Savez-vous que beau-  
coup de membres de nos  
communautés souhaite-  
raient que cela continue  
plus longtemps ? Certains  
ont pallié ce manque en  
ouvrant leur propre blog !»

4.

Pour plus de  
**réactivité**  
dans vos **décisions**.

Vivante en continu, la communauté d'Etudes s'anime intensivement lors de vos événements (lancements de produits, campagnes). Ce dispositif actionnable et souple vous permet ainsi des réponses au plus près de vos décisions.

«Savez-vous qu'avec les mini-sondages, vous disposez d'une réponse précise à une question posée en quelques heures seulement ?»

5.

Pour rassembler  
vos services  
en interne.

La communauté d'Etudes  
rassemble vos directions ! Marke-  
ting, études, digital, commercial :  
tous unis autour de vos clients !

«Savez-vous que vous  
pouvez mutualiser vos  
budgets pour vous offrir  
la communauté de vos  
rêves ?»

6.

Pour une  
**vision à  
long terme.**

Profiter d'un dispositif continu,  
c'est être constamment en  
situation de veille et améliorer au  
jour le jour la connaissance de vos  
clients... pour mieux anticiper  
leurs attentes !



*«Savez-vous qu'une communauté ne dort jamais ?  
Beaucoup de participations ont lieu au milieu de la nuit !»*

7.

## Pour impliquer enfin vos clients !

La communauté d'Etudes, c'est un conseil d'administration avec un fauteuil dédié pour le client. C'est avec lui que vous construisez votre stratégie de demain, pour des produits et services qui lui ressemblent.

*«Savez-vous que beaucoup de clients ont plus d'expérience de vos produits que vos chefs de produits ?»*

8.

Pour allier  
la **dynamique** de  
**groupe** et l'**expression**  
**individuelle**.

Plus besoin de choisir entre démarche collective ou individuelle... ni d'ailleurs entre quali et quanti ! La communauté d'Etudes permet des actions individuelles entre l'animateur et chaque membre, sans oublier les interactions riches entre participants. Tout ceci pour un niveau de recueil optimal !

«Savez-vous que vous pouvez également inviter vos membres à des événements physiques pour apporter un niveau d'observation supplémentaire ?»

9.

Pour une approche  
**évolutive**  
qui s'adapte au  
**fil de l'eau.**

Difficile de changer un questionnaire quanti qui vient d'être envoyé ou d'adapter un guide d'animation en cours de focus group.

La communauté d'Etudes vit dans la durée, et nous donne les moyens de déceler des points d'ajustement ou des thématiques à traiter en priorité. Et ainsi, de faire évoluer le cours de l'animation en temps réel.

*«Savez-vous qu'un membre actif de votre communauté peut à son tour devenir modérateur d'une thématique sur sa communauté?»*



10.

Pour une **mise en situation authentique** de vos clients.

Avec la communauté d'Etudes, nous passons de l'approche théorique à l'usage authentique d'un produit ou service. Chaque membre nous livre une tranche de vie, avec beaucoup de naturel et sans les contraintes habituelles des approches traditionnelles.



*«Savez-vous qu'environ la moitié des membres qui choisissent un avatar pour illustrer leur profil mettent leur propre photo ?»*

3

# Raisons

d'engager sa  
communauté d'Études  
avec EDEN Insight !

Bonus!

## 1 Une double expertise Digital & Market Research

Nous maîtrisons les technologies et les mécanismes du web social sans perdre de vue les bonnes pratiques du monde des études de marché et d'opinion.

## 2 Une animation et un suivi « engagés »

Nous vous conseillons sur les activités les plus adaptées au type d'insight recherché, de manière à optimiser le programme d'animation et maintenir au plus haut le niveau d'engagement des participants.

## 3 Une analyse complète et opérationnelle

Grâce à nos outils d'analyse performants, notre équipe qualifie chaque prise de parole au fil de l'eau afin d'optimiser son exploitation par nos experts qualitativistes.

+ d'infos sur [www.edeninsight.fr](http://www.edeninsight.fr)





AU DELA DES APPROCHES

TRADITIONNELLES ...

L'idée de ce guide est venue en 2013, alors que nous rencontrions de nombreux **responsables marketing et études**, intéressés par notre démarche. Si tous étaient convaincus de la **nécessité d'impliquer véritablement leurs clients** dans leur **stratégie marketing**, beaucoup cherchaient des moyens de convaincre leur direction pour démarrer un tel projet... jusqu'à en **déguiser certains aspects** !

Que vous soyez convaincus ou simplement curieux des **communautés d'Etudes en ligne**, ces **10 raisons** vous permettront d'avancer, en étant sûr(e) d'avoir fait le **bon choix** !



20 rue Jean Baptiste Pigalle  
75009 Paris  
[www.edeninsight.fr](http://www.edeninsight.fr)  
03.90.40.13.01